

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Organizace raketlonového turnaje

Organisation of a Racketlon Tournament

Student: Jan Michálek

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jaroslav Stolařík

Ostrava 2011

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil.

V Ostravě dne 8.5.2011

Jan Michálek

Rád bych poděkoval všem, kteří mi pomáhali při zpracování bakalářské práce, ale především chci poděkovat panu Mgr.Jaroslavu Stolaříkovi za jeho odborné vedení a konzultaci.

OBSAH

1. ÚVOD	5
2. TEORETICKÁ ČÁST, VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMU	6
2.1 HISTORIE RAKETLONU	6
2.2 SOUČASNOST RAKETLONU	7
2.3 RAKETOVÝ ČTYŘBOJ	8
2.4 PRAVIDLA RAKETLONU	9
2.5 MANAGEMENT	11
2.6 MANAŽER	12
2.6.1 Manažerské funkce	12
2.6.2 Manažerské dovednosti	13
2.6.3 Vrozené a získané vlastnosti manažera	14
2.7 SPORTOVNÍ MANAGEMENT	15
2.8 SPORTOVNÍ MANAŽER	15
2.9 MARKETING	15
2.10 SPORTOVNÍ MARKETING	15
2.11 SPORTOVNÍ REKLAMA A SPONZORING VE SPORTU	15
2.12 STRATEGICKÝ POSTUP PRO REALIZACI SPORTOVNÍ AKCE	18
2.13 SPONZORING VE SPORTU	19
2.14 SWOT ANALÝZA	20
3. PROJEKT, ORGANIZACE A ŘÍZENÍ RAKETLONOVÉHO TURNAJE	23
3.1 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PROJEKTU	24
3.1.1 Manažer projektu	24
3.1.2 Projektový tým	24
3.2 PLÁNOVÁNÍ PROJEKTU	25
3.2.1 Časový rozpis projektu	25
3.2.2 Plánování rozpočtu	24
3.2.3 Projektová kontrola	26
3.3 UZAVŘENÍ PROJEKTU	27
4. VLASTNÍ ORGANIZACE, PRUBEH A ŘÍZENÍ TURNAJE	27
4.1 ZROD MYŠLENKY V ORGANIZACI RAKETLONOVÉHO TURNAJE	27
4.2 MÍSTO KONÁNÍ AKCE	29
4.3 MOŽNOSTI VYUŽITÍ VOLNÉHO ČASU NA SC OSTRAVA:	27
4.4 MATERIÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ	27
4.5 SPONZORING	30
4.6 SOUTĚŽNÍ PODMÍNKY SÉRIE CZECH TOUR 2011	31
3.6.1 Hráčská licence 2011	29

3.6.3 Startovné.....	30
4.7 HARMONOGRAM AKCE.....	33
4.8 PREZENTACE HRÁČŮ	33
4.9 SYSTÉM HRY	34
4.10 SWOT ANALÝZA:.....	36
4.11 ROZHOVOR	39
4.12 DOTAZNÍK	40
5. SHRNTÍ VÝSLEDNÉHO ŠETŘENÍ	48
6. ZÁVĚR.....	49
7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	50

1. ÚVOD

Sport je činnost, kterou provozují milióny lidí po celém světě. V České Republice se přibližně tři čtvrtiny populace zajímá o sport aktivně či pasivně. Bere se jako zábava, relaxace a pro ty nejlepší je to forma obživy. Rozvíjejících sportů je čím dál více. Mezi ty rychle rozvíjející patří raketlon. Pro spoustu lidí je tento sport při vyslechnutí názvu neznámý. Ovšem při větším sblížení si většina raketových nadšenců v tomto sportu zálibu najde.

Ve své bakalářské práci jsem se věnoval organizaci raketlonového turnaje a dalším částem, které k pořádání raketlonu nebo jiných sportů patří. V teoretické části jsou vysvětleny pravidla tohoto “nového” sportu a zabrousím i do historie, kde si připomeneme počátky a významné osobnosti. Nezapomenu na rozvinutí nejdůležitějších pojmů, o které se práce opírá a to sportovní management a sportovní marketing.

Téma organizace raketlonového turnaje jsem si vybral až poté, co mě napadlo turnaj zorganizovat. Bakalářskou práci jsem chtěl spojit nejen s praktickou částí, ale i s praxí, což souvisí se získáním dalších zkušeností a pomáhá zažít hrozby a silné stránky turnaje na vlastní kůži.

Výsledky při psaní práce podhalily nejdůležitější klady a zápory turnaje. Silné stránky, na kterých by se měl celý turnaj stavět, ze slabých stránek udělat silnější. Omezit hrozby na minimum a využít všech dostupných příležitostí.

2. TEORETICKÁ ČÁST, VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ

V teoretické části se seznámíme se základními avšak důležitými pojmy pro upřesnění informací, které jsou aplikovány v praktické části.

2.1 Historie Raketlonu

Počátky raketlonu se objevily v Finsku v polovině osmdesátých let. Čtyři lidé zastupující každou z čtyř sportovních federací vytvořili hru, kterou pojmenovali mailapelit. První mistrovství Finska se konalo v Helsinkách v roce 1986. Po této události se sport rychle rozrostl do velikosti, že bylo možné získat téměř 450 lidí, kteří se zúčastňovali dalších turnajů. Od té doby bylo jasné, že mailapelit je sport, který bude mít úspěch nejen v okolí, ale i ve světě. Finské šampionáty jsou stále organizovány každoročně, i když místo bylo přesunuto z Helsinek do Lahti.

Ve Švédsku se racketlon objevuje na konci 80. let. To bylo právě tehdy, když mnohonásobný národní mistr Švédska, Peter Landberg, zorganizoval první soutěž. Roku 1990 se konal první švédský šampionát a od začátku se stal předmětem značného zájmu, neboť se jej zúčastnilo 218 účastníků. Od té doby Peter Landberg pořádá mistrovství každý rok. Raketlon se díky tomu stal poměrně dobře zavedeným sportem a už nebyl severní země tak neznámý.

Během těchto prvních let prošel švédský raketlon zajímavým vývojem. Na začátku název „raketlon“ ještě nebyl používán. Místo toho byl použit název „Raketové mistrovství“. Také pravidla se odlišovala od těch dnešních. Původně bylo cílem zachovat charakteristická

pravidla pro počítání v každém ze sportů. To znamená, že tenis se hrál do šesti her, set v badmintonu do patnácti bodů a tak dále. Tento způsob počítání však vyžadoval poměrně složitou matematiku a kondici. To vedlo k tomu, že po těsném utkání často nebylo jasné, který hráč skutečně vyhrál. Pak, v roce 1994, byla zavedena současná pravidla pro počítání. Bylo zjištěno, že podobná hra, mailapelit, byla hrána ve Finsku. Finská hra obsahovala stejné sporty, ale počítání bylo jiné a mnohem jednodušší. Tato pravidla byla brzy zavedena a švédské mistrovství v raketlonu v roce 1994 už užívalo finské počítání.

Dnes raketlon i nadále expanduje, stává se známým sportem a jsou pořádány rozmanité turnaje v různých koutech světa.

2.2 Současnost raketlonu

V současné době se hraje raketlon nejen v Evropě, ale i v USA, Kanadě, Austrálii či v Jihoafrické republice. První mezinárodní turnaj se hrál v roce 2001 ve Švédsku. Od roku 2002 jsou každoročně pod záštitou FIR¹ organizovány mezinárodní turnaje v rámci světového turné. Součástí je i každoroční mistrovství světa. V roce 2007 se v rámci světového turné koná jedenáct turnajů v 11 zemích (Švédsko, Maďarsko, Kanada, Česká Republika, Belgie, Finsko, Německo, Anglie, Skotsko, Rakousko a Nizozemí, kde je mistrovství světa).

Vzhledem k tomu, že během posledních tří let se počet hráčů světového žebříčku zvýšil přibližně o 300 procent je raketlon považován za jeden z nejrychleji rostoucích sportů současnosti. Mezi významné osobnosti, které raketlon oslovil, patří Stefan Edberg². Zájem mají i Jan-Ove Waldner³ a Jonathon Power⁴.

¹FIR-Mezinárodní raketlonová federace

²Stefan Edberg (* 19. ledna 1966) švédský tenista. V letech 1990 až 1992 byl opakovaně na 1. místě mezinárodního žebříčku ATP.

³Jan-Ove Waldner (*3. října 1965) švédský stolní tenista. Považován za jednoho z vůbec nejlepších hráčů historie

⁴Jonathon Power (*10.října 1974) kanadský squashista.1999 byl 1.ve světovém žebříčku PSA

2.3 Raketový čtyřboj

Oba sporty jsou si velmi podobné. Stejně jako raketlon se raketový čtyřboj skládá ze čtyř stejných disciplín. U raketlonu je nutné mít halu, která má všechny čtyři disciplíny pod jednou střechou. Takovými vlastnostmi se vyznačuje jen málo sportovišť v České Republice. U raketového čtyřboje je minimálně jedna disciplína pořádána na odlišném místě, než ostatní.

Výhody:

- taktické – není pravidly určeno pořadí disciplín, avšak musí zůstat pro všechny stejné,
- delší regenerace mezi zápasy.

Nevýhody:

- vyšší náklady na přepravu,
- koordinace nájmů sportovišť,
- těžší organizace.

Pro příklad uvedu Raketový čtyřboj o pohár Valašska odehrávající se ve Vsetíně. Zahájení bylo klasicky se stolním tenisem, badmintonem a poté společný přesun ke čtvrté raketlonové disciplíně tenisu. Závěrečné ukončení zůstalo na squashi. Každý hráč má své silné i slabé stránky a proto z taktických důvodů může odlišné pořadí disciplín každému méně či více vyhovovat. To vše se dozví na propozicích turnaje zveřejněných 14 dní před konáním a poté má možnost se z taktického hlediska rozhodnout.

2.4 Pravidla raketlonu

Hra složená ze čtyř raketových disciplín, které se hrají vždy od nejmenší rakety po největší. V principu se hra raketlon řídí mezinárodními pravidly pro jednotlivé sportovní disciplíny. Následující pravidla jsou výjimky a dodatky, specifické pro raketlon.

Bodování

Hrají se čtyři sety do 21 bodů - beze ztrát, v každé disciplíně jeden set. Za stavu 20:20 set pokračuje, dokud jeden z hráčů nedosáhne dvoubodového rozdílu skóre.

Podávající počítá stav - hráč, který podává, hlásí srozumitelně průběžný stav skóre před svým podáním).

Konečný stav - vítězem je ten hráč, který získal více vítězných bodů v součtu všech čtyř setů. (proto je možné prohrát tři sety a přesto vyhrát celý zápas). Zápas může být ukončen za stavu, kdy vítěz má již po třetím odehraném setu tak vysoký náskok, že nemůže být dostižen.

Rozhodující bod – v případě vyrovnaného skóre po všech čtyřech odehraných setech následuje jediný rozhodující bod v závěrečné disciplíně (tenise). Los určí podávajícího, který má na servis jediný pokus.

Pořadí setů

Stolní tenis, Badminton, Squash, Tenis – od menší rakety k větší. Pořadí disciplín může být pořadatelem změněno, pokud například je počet kurtů rozdílný. Pak ale všechny zápasy v daném turnaji musí být hrány v tomto změněném pořadí.

Podání & Strany kurtu

Na začátku každého setu si hráči losují, kdo zahájí podání. Vítěz losu si vybírá servis, return nebo stranu, na které začne hrát.

Po dosažení 11 vítězných bodů jednoho z hráčů následuje výměna stran s maximální pauzou 30 s.

Podání se střídá po každých dvou bodech ve všech disciplínách. První podání vždy začíná z pravé strany do levé, druhé podání je vždy z levé strany do pravé (platí pouze pro badminton, squash a tenis).

Za stavu 20:20 se podání střídá po jednom bodu až do získání dvoubodového rozdílu skóre jednoho z hráčů. Hráč A začíná z pravé strany do levé, poté hráč B podává také zprava doleva. Dále hráč A podává zleva doprava atd.

Specifika pro čtyřhru

1. Všichni hráči z obou párů musí být při hře v hracím sektoru kromě squashe, kde hraje pouze jeden z páru.
2. Před každým setem se losuje o podání. Pár, který vyhraje los, si určí, kdo z hráčů začne podávat a pár, který přijímá, si určí hráče na příjmu.
3. Pořadí hráčů na podání v badmintonu a tenise se řídí následovně: pár AB proti páru CD, podání se střídá v pořadí A, C, B a D a poté zase A..... atd. Výjimkou je podání u stolního tenisu, kdy začíná A – C – B – D, po výměně stran při dosažení stavu 11 se pořadí podání mění na A – D – B – C atd. Pravidla pro squash se řídí podle bodu 4.
4. Počítání v setu končí následovně: každý hráč z obou párů má dvě podání, které se dokola střídá, vítězí dvojice, která první dosáhne 21 bodů. Pokud je skóre 20 : 20, mění se podání po jednom a vítězí ta dvojice, která první dosáhne dvoubodového rozdílu.
5. Squash se hraje singlovým způsobem do 21 bodů, ale ve dvou částech. Po dosažení začínající dvojice stavu 11 dohrává set do konečného stavu druhá dvojice.
 - a. set začínají silnější hráči, respektive hráči s vyšším postavením v žebříčku.
 - b. pokud jeden z dvojice není zařazen v žebříčku, bude automaticky hrát s hráčem číslo 2, tj. hráčem slabším.
 - c. v případě, že ani jeden z hráčů nemá zařazení v žebříčku, pak si dvojice sama určí hráče horšího a lepšího a toto určení pak platí pro celý turnaj.
 - d. v mixu set zahajují ženy, za stavu 11 je střídají muži.
6. Pokud po čtyřech odehraných disciplínách mají dvojice stejné skóre, je set v tenise prodloužen jediným míčkem a na podání je pouze jeden pokus. Vítěz tohoto míčku je

vítězem celého utkání. Volbu podání nebo příjmu tohoto rozhodujícího míčku určí los.
[10]

2.5 Management

Pokud jsou ekonomické organizace založeny na principu dělby práce, pak je logické, že vzájemnou součinnost jednotlivých pracovníků musí někdo usměrňovat a koordinovat. Také je nutné určovat cíle a kontrolovat jejich plnění. Tento souhrn činností lze pojmenovat jediným slovem – management.
[11]

Anglickému pojmu „*management*“, tak často používanému v odborné literatuře, v denním tisku a také v běžném životě, terminologicky odpovídá české slovo „řízení“ a to především řízení podnikové ve smyslu řízení všech podnikových činností (výroba, prodej, vývoj, výzkum).

Podle Drückera je výklad pojmu „management“ zvláště nesnadný. Především jde o pojem specifický pro Ameriku a je obtížné ho výstižně přeložit do ostatních jazyků, dokonce i do britské angličtiny. Označuje nejen funkci, ale také lidi, kteří ji vykonávají a vyjadřuje nejen sociální postavení a jeho stupeň, ale také odbornou disciplínu a obor studia. [1]

„Management představuje přesně uspořádaný soubor poznatků podle určitých hledisek, většinou jsou odpozorované z praxe, které jsou zpracovány formou návodů pro jednání nebo jsou stanoveny jako principy. Opírá se o poznatky, teorie a metody z oblasti vědních disciplín, např. ekonomie, sociologie, teorie systémů, matematiky aj., které aplikuje a rozvíjí na podmínky řízení“. [3]

Definice pojmu „management“ lze rozdělit do zhruba tří skupin, a to definice zdůrazňující:

1. *vedení lidí* – management znamená vykonávání úkolů prostřednictvím práce jiných osob,
management je proces, ve kterém jednotlivci pracují společně ve skupinách, efektivně uskutečňují zvolené cíle (H. Koontz podle Durdové),

1. *specifické funkce vykonané vedoucími pracovníky* – management jsou typické činnosti, které manažer a jeho podřízení vykonávají jako rozhodování, organizování, plánování, kontrolování, vedení lidí, koordinace, monitorování, atd. (K.Müller podle Durdové),

2. *předmět studia a jeho účel* – management je soubor přístupů, zkušeností, doporučení, metod, které manažeri užívají ke zvládnutí specifických činností, směřujících k dosažení soustavy cílů organizace (S.P.Robbins podle Durdové). [1]

2.6 Manažer

Manažer - je samostatná profese, kdy pracovník na základě zvolení, jmenování, pověření, ustanovení, zmocnění aktivně realizuje řídicí činnosti pro které je vybaven odpovídajícími způsobilostmi, pravomocemi a odpovědnostmi.

2.6.1 Manažerské funkce

Mezi manažerské funkce řadíme [1]:

- plánování (planning),
- organizování (organizing),
- výběr a rozmístění pracovníků (staffing),
- vedení lidí (leading),
- kontrola (controlling).

Plánování je informační proces, který vychází ze zajištění a využití všech informací k vyhodnocení dané situace, odhadu plánovaného rozvoje v prostoru a čase, k výběru typu

plánu k dosažení cílů a ke stanovení metody, kterou bude daný plán realizován. [1]

Organizováním se rozumí časové a prostorové vymezení úkolů a rolí lidí, kteří mají daný plán nebo plány realizovat, vymezit potřebné činnosti a jejich vazby, pravomoci, zodpovědnost a rozdělovat lidi do dílčích pracovních kolektivů. [1]

Výběr a rozmístění spolupracovníků je zajištění procesů (řídících i řízených) po personální stránce. Na kvalifikační a procesní předpoklady (dovednosti, schopnosti, znalosti), rozmísťování a přerozdělování spolupracovníků se klade zvláštní důraz. [1]

Vedení lidí zasahuje do komunikačních procesů mezi jednotlivci a kolektivy (vztahy nadřízenost, podřízenost). Cílem je zajistit efektivní plnění úkolů pomocí způsobu usměrňování. [1]

Kontrolováním se rozumí především procesy, které zhodnocují kvalitu nebo kvantitu konečných a průběžných výsledků manažerské činnosti. [1]

2.6.2. Manažerské dovednosti

Manažerské dovednosti můžeme rozčlenit na 3 základní typy [1]

- lidské dovednosti – kde patří umění pracovat s lidmi, vést je a vytvořit jim takové pracovní prostředí, ve kterém budou schopni a ochotni rozvíjet jejich pracovní úsilí a iniciativu,
- koncepční dovednosti – je to v jistém slova smyslu umění řídit organizaci jako systém a takovou organizaci dále vést k cíli, který jsme si stanovili,
- technické dovednosti – značí umění využít metody a postupy, které dále vedou k realizaci výkonných procesů a činností.

2.6.3 Vrozené a získané vlastnosti manažera

Vrozené vlastnosti [1]:

- Potřeba řídit:

Dobrymi a úspěšnými manažery na svém místě se mohou stát pouze ti, kteří mají pocit uspokojení z řízení ostatních.

- Potřeba moci:

Být dobrý manažer neznamena mít pouze autoritu u ostatních, ale především mít znalosti, schopnosti a dobré zkušenosti. Dobrý manažer má silný vliv na ostatní.

- Schopnost vcítit se (empatie):

Manažer musí zvládnout časté emocionální reakce a musí mít pochopení pro své spolupracovníky.

- Vhodný temperament:

Správné povahové vlastnosti určující chování a reakce člověka na okolí.

- Inteligence:

Samostatné tvůrčí myšlení a vlastnosti jako představitivost, zdravý úsudek, schopnost komunikovat, atd., to jsou vlastnosti úspěšného manažera.

Získané vlastnosti:

- odborné znalosti,
- ekonomické znalosti,
- sociálně-psychologické znalosti,
- znalost metod řízení,
- dobrá duševní a tělesná kondice.“ Jak tvrdí Durdová (2002).



Obr.2.1. Manažerské funkce

2.7 Sportovní management

V roce 1957 vznikla v USA myšlenka zřídít studijní obor sportovní management. Odborníky z tohoto oboru si vyžádaly potřeby praxe. První program aplikovaného sportovního managementu vznikl na Ohio Univerzitě a vychovával uchazeče o tento obor na „master“ - sportovní administrátor. I další univerzity začaly posléze nabízet program pro profesionální přípravu na povolání ve sportovní administrativě. Některé programy měly v názvu sport (sports) management a jiné sport (sports) administration. V té době byl kladen důraz na rozdíl mezi administrativou a managementem. Administrátoři pracovali v soukromém sektoru. Tento rozdíl časem vymizel. Důraz byl kladen na kvalitu a obsah studia, které bylo zaměřeno na výchovu absolventů, kteří budou rozumět všeobecným úkolům managementu a budou je umět transformovat do různých oblastí managementu ve sportu.

2.8 Sportovní manažer

Sportovního manažera lze definovat několika způsoby [4]:

- Manažer je člověk zodpovědný za vedení sportovních činností – např. za vedení sportovních družstev i jednotlivců, řízení velkých sportovních akcí (mistrovství Evropy, Olympijských her atd.).
- Manažer jako člověk, který řídí určité sportovní organizace – může se realizovat ve výkonných výborech, sportovních a tělovýchovných svazů, jako sekretář svazu, vedoucí sportovních středisek řízených státními složkami apod.
- Manažer pohybující se v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb – např. pohybující se ve vedení fitness klubů, výroby sportovního nářadí a náčiní či jako pracovník v marketingové agentuře pro tělesnou výchovu a sport apod.
reklamní a

Sportovní manažer se od manažera liší zejména v jeho úzké specializaci, v přehledu vazeb a fungování ve vrcholové, střední a základní rovině managementu tělesné výchovy a sportu. Přičemž uplatnění základních manažerských funkcí je v oblasti tělesné výchovy a sportu samozřejmostí. [1]

Práce sportovního manažera spočívá ve vykonávání funkcí sekvenčních (plánování, rozmisťování, organizování, výběr a vedení pracovníků, kontrola) a funkcí průběžných (např. komunikace). S přihlédnutím k reálným potřebám praxe lze učinit redukci funkcí sportovního manažera na [5]

1. strategické plánování,
2. organizování (postupy, metody, techniky),
3. výběr a rozmisťování lidí,
4. vedení lidí,
5. komunikace,
6. marketing,
7. sportovní reklama,
8. sponzoring,
9. znalost právních (daňových, spolkových aj.) norem,

10. věcné a formální náležitosti k transferu hráčů (a trenérů).

2.9 Marketing

Pojem marketing je v současnosti velmi užívaným termínem, často ale bývá jeho význam nesprávně vymezen. Marketing není pouze průzkumem trhu nebo jeho propagace. Toto bývá častá příčina nesprávné interpretace

Marketing tvoří jednotný vzájemně propojený komplex činností, jež vedou ve svém konečném důsledku k dobře fungujícímu trhu, zajištění potřeb a požadavků zákazníka a následnému růstu zisků firmy[1]

Marketing je vědou, ale i uměním. Mezi teoretické poznatky z této oblasti a tvořivou stránkou marketingu existuje neustále napětí. „Dobrý marketing není výsledkem náhody, ale důsledkem pečlivého plánování a provedení.“[6]

2.10 Sportovní marketing

Při definování samotného pojmu sportovní marketing se musí vycházet z obecné definice marketingu a současně v jednom vystihnout a také spojit tyto dva komponenty, marketing a sport. [1]

B. J. Mulin S. Hardy (2000) tvrdí, že: *„sportovní marketing se skládá ze všech aktivit, které jsou určeny k tomu, aby vstříc všem požadavkům a přáním sportovních spotřebitelů pomoci procesu výměny“.*

2.11 Sportovní reklama a sponzoring ve sportu

Reklama je placenou formou neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek. Využívají ji jak jednotlivci, tak i subjekty jako jsou firmy, instituce nebo jiné organizace a prezentují se prostřednictvím komunikačních médií, která jsou dvojího typu, obecná média a specifická média. Mezi obecná reklamou využívaná média, patří zejména televize, denní tisk, rozhlas, film, plakáty a časopisy. Specifická média jsou využívána v oblasti tělesné výchovy a

sportu. [2]

Sportovní reklama se od klasické reklamy liší užší specializací, konkrétně specializací na sportovní odvětví. Rozlišujeme dva typy sportovní reklamy. Prvním typem je reklama se sportovními motivy, která je prezentována s využitím obecných komunikačních médií (např. reklama na plakátech sportovního utkání, pravidelné rozhlasové zpravodajství při zápasech sportovních družstev atd.). Druhý typ reklamy využívá specifických médií komunikace z oblasti sportu. Sem patří např. sportovní nářadí a náčiní, startovní čísla, dresy, výstroj sportovců, mantinely (reklamní pásy), výsledkové tabule a ukazatele (ve formě transparentů nebo videotabulí) atd. [2]

Druhy sportovní reklamy

„Podle využití uvedených komunikačních médií se obvykle uvádějí následující druhy sportovní reklamy:

1. reklama na dresech a sportovních oděvech,
2. reklama na startovacích číslech,
3. reklama na mantinelu (na pásu),
4. reklama na sportovním nářadí a náčiní,
5. reklama na výsledkových tabulích.“ Jak tvrdí Čáslavová (2000, str. 107).

2.12 Strategický postup pro realizaci sportovní akce

Podle Čáslavové (2000) „Jde o jednoduchý standardizovaný soubor navazujících deseti etap, podle něhož se může orientovat každý organizátor tělovýchovných a sportovních akcí, aniž by předem individuálně nebo kolektivně takovýto postup možná pracně vymýšlel“.

1. Etapa: Současná situace – Současný přehled stavu umožňující organizátorovi se rozhodnout pomocí jakých prostředků a nástrojů dosáhne požadovaného cíle.

2. Etapa: Budoucí prostředí – Je třeba mít jasnou představu o tom, jaká rizika akce skrývá. Veškerá rizika by měl organizátor snížit na minimum a eventuálně počítat s časovými a hmotnými rezervami.
 3. Etapa: Naše současné možnosti – Jedná se o reálné zhodnocení svých možností, předností a nedostatků,
 4. Etapa: Možné směry – Organizátor může určit i několik cílů kterými se vydá. Posléze se rozhodne, zda budou všechny k předchozím etapám předmětem realizace, nebo z nich stanoví výběr, který je adekvátní současným možnostem.
 5. Etapa: Naše cíle – Představuje stanovení cílů na základě předchozí etapy, jejich strukturu, hierarchizaci či optimalizaci.
 6. Etapa: Možné přístupové cesty – Existuje mnoho způsobů, jak dosáhnout vytyčeného cíle. Dříve než akci uskutečníme, je třeba zvážit veškeré strategické varianty.
 7. Etapa: Zvolená cesta strategie – Vyhodnocení všech možných strategií a vybrat tu celkově nejvýhodnější
 8. Etapa: Program akce – Když organizátor zvolil cíle i strategii jejich realizace, může se zabývat detaily plánu činnosti z hlediska co nejlepšího výsledku.
 9. Etapa: Rozpočet – Je nutné stanovit rozpočet výdajů a příjmů celé akce.
 10. Etapa: Přehled a kontrola – Stále je třeba akci sledovat a popřípadě ve vhodný okamžik zakročit do nevhodného průběhu akce z důvodu eliminace nežádoucích vlivů.
- [2]

2.13 Sponzoring ve sportu

Sponzorování představuje originální prostředek, který se významnou částí podílí na zabezpečení financí, sloužících k realizaci hlavně kulturních, vědeckých, charitativních a dalších aktivit v různých sférách života společnosti. Výjimkou zde nejsou tělovýchovné, sportovní a turistické organizace, kluby, spolky, ale také jednotlivci. Ti všichni pro jejich rozsáhlou a nákladnou činnost usilují o získání finančních prostředků. To je bezesporu jeden z hlavních důvodů proč sponzorování prochází dynamickým vývojem ve vztahu k oblasti tělesné výchovy a sportu i přes prozatímní absenci adekvátní legislativy.

[2]

„*Sportovní sponzoring* je partnerský vztah mezi hospodářstvím na jedné straně a sportem na straně druhé, přičemž dochází k uspokojování zájmů obou zúčastněných stran. Jedná se o specifickou vazbu mezi sponzorem a sponzorovaným, kdy peněžní, věcné prostředky a služby se dávají k dispozici osobám a organizacím působícím ve sportu. Základním principem sponzoringu je vztah: služba x protislužba. Sponzor očekává za své peníze, věcné prostředky nebo služby od sponzorovaného jasně formulované protislužby, například šíření reklamy týkající se jména podniku nebo produktů samotných.

Sponzorovaný (sportovní klub, organizace, jedinec) využívá prostředků či služeb od sponzora k plnění svých náročných cílů (sportovních, ekonomických, sociálních). Každý sponzorský vztah, často se užívá také pojmu reklamní nebo kooperativní partnerství, by měl být založen na:

- oboustranně známých cílech,
- vzájemně prospěšných přínosech,
- mravně-etických principech. [7]

Pojmy jako sponzoring, dary, darování, dotace aj. jsou u organizací, které provozují sportovní činnost v současné době skloňovanými pojmy. Používají je jak sdělovací prostředky tak podnikatelé ve své terminologii. Jelikož nebyla přesně definována a vymezena věcná náplň těchto pojmů, dochází často k jejich záměnám a je velmi obtížné tyto pojmy vysvětlit a přesně chápat.

Sponzoring se pohybuje někde na pomezí daru a reklamy a pochopit ho lze jako právní vztah mezi dvěma stranami. Konkrétně mezi poskytovatelem příspěvku (sponzorem) a příjemcem příspěvku (sponzorovaným), kterému z přijatého příspěvku plynou vůči sponzorovi určité závazky a povinnosti. Tak se sponzoring liší od reklamy, kde plátce neboli zadavatel reklamy má za cíl přímo a viditelně propagovat své podnikatelské aktivity. V případě sponzoringu je cílem podnikatelského subjektu se kladně zviditelnit a zveřejnit. V současnosti je často skloňovaným pojmem business sponzoring. Je to nyní hojně preferovaná metoda, při které sponzor nepodporuje sponzorovaného jen finančně nebo materiálně, ale za poskytnutí takovéto pomoci pro sebe očekává přímý obchodní přínos, například ve formě získání nebo navázání nových obchodních kontaktů. Sponzoring v tomto moderním pojetí má už blíže k reklamě. Uplatňování sponzoringu pomocí darů je v praxi

častým jevem. [7]

Typy a formy sponzoringu ve sportu

Z hlediska výše sponzorského daru hovoříme o těchto typech sponzoringu:

1. Exkluzivní sponzor

Má spojitost s titulem „oficiální sponzor“ – sponzor přejímá veškeré proti výkony za vysokou cenu.

2. Hlavní sponzor, vedlejší sponzor

Nejatraktivnější a nejdražší protivýkony přejímá hlavní sponzor, vedlejší sponzoři si mezi sebou rozdělí zbylé, méně atraktivní reklamní možnosti.

3. Kooperační sponzor

Více různých sponzorů si mezi sebou rozdělí dané protivýkony, přičemž se dá využít rozličné doby platnosti sponzorských smluv.

Jména od některých sponzorů jsou ve vztahu ke sportu úzce spjata nabídkou svých služeb a produktů, jiní sponzoři nemají ke sportu tak blízko a využívají jej k ryze komunikačním účelům. Sponzoři neposkytují sponzorovaným vždy jen finanční obnosy, ale často jim nabízejí a poskytují vlastní produkty nebo jiné služby.

V tom případě se jedná o vztah sponzor - dodavatel. [7]

Formy sponzoringu ve sportu:

1. Sponzorování jednotlivých sportovců

Nejrozšířenější forma sponzorování ve vrcholovém sportu. Sportovci samotní jsou zárukou úspěchu a kvality podniku. Sponzorská smlouva obsahuje právo provádět reklamu produktů pomocí vyobrazení sportovce, za účelem podpory prodeje také např. autogramiády, předvádění výrobků apod. Sportovec kromě peněz dostává často také např. oblečení, náčiní aj.

2. Sponzorování sportovních týmů

objevuje se ve vrcholovém sportu, výkonnostním sportu a také ve sportu pro všechny. Sponzor poskytuje finance, sportovní vybavení atd. Tým, který je sponzorován mu na oplátku nabízí nejčastěji reklamu na dresech, reklamu prostřednictvím inzerátu apod.

3. Sponzorování sportovních akcí

Tato forma skýtá široké spektrum možností. Sponzorovi lze nabídnout např. reklamu v programovém sešitu, na vstupenkách, na mantinelech stadionu, reklamu o přestávkách až po uvádění titulů „hlavní sponzor akce”.

4. Sponzorování sportovních klubů

Sportovní klub disponuje sportovci, sportovními družstvy a pořádá sportovní akce, tudíž může nabídnout spoustu protivýkonů.

5. Sponzorování sportovních institucí

Federace, svazy, ale i olympijské výbory, to vše jsou sportovní instituce, které sponzorovi nabízejí možnost realizovat se.

2.14 SWOT analýza

Spočívá v rozboru a hodnocení nynějšího stavu firmy (vnitřní prostředí) a současné situace okolí firmy (vnější prostředí). Ve vnitřním prostředí nachází a klasifikuje silné a slabé stránky firmy, ve vnějším prostředí hledá a klasifikuje příležitosti a hrozby pro firmu. Z pohledu SWOT analýzy je vhodné hledat vzájemné vztahy mezi silnými a slabými stránkami, příležitostmi, hrozbami apod. Tyto synergie pak vzápětí mohou být použity pro stanovení strategie a rozvoje firmy. Pro zhodnocení a spočítání váhy jednotlivých silných a slabých stránek firmy musí proběhnout jasné rozhodnutí managementu.



Obr.2.2.Swot analýza

3. PROJEKT, ORGANIZACE A ŘÍZENÍ RAKETLONOVÉHO TURNAJE

V managementu je projekt „časově ohraničené úsilí, směřující k vytvoření unikátního produktu nebo služby“. V této obecně přijímané definici jsou klíčové zejména omezení projektu v čase a jedinečnost jeho výstupů, protože právě tyto charakteristiky ho odlišují od procesu. Projektem tedy, alespoň v pravém smyslu toho slova, není činnost, u které není jasně definován její konec, a to jak z pohledu času (kdy činnosti skončí), tak také z pohledu výstupu (čeho bude činností dosaženo). Projektem už není činnost, která sice předchází omezení naplňuje, ale je realizována opakovaně nebo podle již dříve provedeného a ověřeného postupu.

Vedle času a cíle je projekt ohraničen také zdroji, které jsou pro jeho realizaci k dispozici. Kombinace definovaného výstupu, času a zdrojů pak tvoří projektový trojimperativ. Toto označení vychází z faktu, že definice projektu je dána právě těmito třemi veličinami a že změna jakékoliv z nich automaticky znamená, že musí dojít k odpovídající změně obou ostatních. S ohledem na unikátnost projektu a jeho realizaci jsou s ním spojena také rizika, jejichž řízení je jednou z klíčových částí řízení projektu. Tvorbou metodického zázemí,

technik a postupů pro úspěšnou realizaci projektů se zabývá řízení projektů. [9]

3.1. Organizační struktura projektu

3.1.1 Manažer projektu

Manažer projektu je člověk, který musí mít znalosti klasického managementu, které jsou popsány výše v této bakalářské práci. Musí mít osvojeny základní manažerské schopnosti a dovednosti jako je vedení lidí, specifické funkce vykonané vedoucími pracovníky a také dobré odborné znalosti. Manažer projektu má na starosti vedení projektového týmu a jeho koordinaci do takové míry, aby byl projekt zpracován, schválen a realizován, v předem domluveném intervalu. Do jeho kompetence však kromě řízení vlastního projektového týmu spadá i řízení externích pracovníků, kteří se na projektu podílí. Stupeň zapojení jednotlivých pracovníků a jejich účast na projektu bude podrobněji vysvětlena v následující kapitole. [9]

3.1.2 Projektový tým

Projektový tým se skládá z lidí, kteří jsou organizačně podřízeni manažerovi projektu. Kolik pracovníků z které kategorie bude na projektu pracovat, to záleží na organizační formě (tj. funkční, projektové nebo maticové) dodavatele projektu a na celkové velikosti projektu. Existují tři možné kombinace práce na projektu:

1. zda jsou pracovníci podřízeni přímo manažerovi projektu nebo jsou organizačně zařazeni někam jinam,
 2. zda na projektu pracují každý den (týden nebo rok) na plný úvazek nebo na částečný úvazek, a
 3. zda pracují na projektu od jeho počátku až do konce nebo jen po určitou část projektu.
- [8]

Manažer projektu musí při řízení uplatňovat osm různých způsobů přístupu k lidem, kteří na projektu pracují. Rosenau k tomu dodává:

„U lidí, kteří na projektu pracují jen po část doby jeho trvání, je nutno zajistit, aby byli

k dispozici, když je třeba; pak musí absolvovat instruktáž o projektu; a nakonec musí manažer projektu počítat s tím, že mohou být nespokojení a ztratit zájem o dosahované výsledky“.

3.2 Plánování projektu

Plány napomáhají koordinaci a komunikaci, poskytují základ pro sledování průběhu projektu, často jsou nutné pro splnění požadavků zadavatele a umožňují se vyhnout problémům.

Plány a s tím související plánování projektů jsou závislé na znalosti tří faktorů:

1. kde nyní jste (nebo budete, až cokoli, co teď plánujete, začne),
2. kam se chcete dostat,
3. jakým způsobem se dostanete tam, kde chcete být.

Mnoho projektů zadávaných v rámci organizace se uskutečňuje na základě dlouhodobých plánů organizace. Plány jsou proto často hierarchické, tj. krátkodobé plány vznikají v kontextu s dlouhodobými. Kromě toho je plánování opakujícím se procesem, takže projektované plány se musí přepracovat, když se plány změní.

Efektivní projektový plán má následující vlastnosti:

1. identifikuje vše, co je zapotřebí k úspěšnému dokončení projektu,
2. obsahuje harmonogram pro načasování těchto úkolů a souvisejících milníků,
3. definuje potřebné zdroje se zárukou jejich dostupnosti v patřičnou dobu a zohledňuje nasazení těchto zdrojů a jejich řízení,
4. má rozpočet nákladů pro každý úkol,
5. obsahuje odpovídající rezervu pro nepředvídatelné události,
6. je věrohodný jak pro předpokládané realizátory, tak pro management. [8]

3.2.1 Časový rozpis projektu

Přesné dodržování časového rozpisu neboli harmonogramu vede k úspěšnému průběhu celého projektu. Časový rozpis projektu je limitní pro plánování jednotlivých dílčích aktivit projektu.

3.2.2. Plánování rozpočtu

Náklady mohou být uváděny pouze počtem potřebných pracovních hodin, což je situace celkem běžná u výzkumných skupin, v nichž je vždy určitý počet pracovních hodin přiřazen k určitému projektu. Náklady se častěji uvádí v dolarech (eurech), což vyžaduje převádění pracovních hodin na dolary. Obvykle jsou různé hodinové sazby pro různé úrovně pracovního zařazení a náklady zahrnují i nepracovní výdaje (např. nákupy, cestovné). Odhady nákladů jsou jednoznačně nutné pro plánování projektu, k získání a k realizaci zakázky. Obecně platí, že bychom měli plánovat náklady do těch větších podrobností, než v jakých budete dostávat účetní výkazy o nákladech. Nemá smysl dělat plány nákladů po dnech, jestliže jsou výkazy nákladů organizace poskytovány po čtrnácti dnech nebo měsíčně. Plány nákladů bez ohledu na to, jak se k nim dopracujete, by obvykle měly být sumarizovány za období, která odpovídají výkazům nákladů. Není příliš vhodné odhadovat rozpočet na činnost, dokud nebyla stanovena doba jejího trvání. Kromě toho bychom měli co nejvíce vědět o předcházejících a následujících činnostech, abychom mohli lépe definovat činnost, pro kterou odhadujeme náklady. Při odhadování postupujeme tak, že projekt rozložíte na úkoly a činnosti pomocí hierarchické struktury činností tzv. WBS a síťových grafů. Rozpočet pro jakoukoliv větší činnost je součtem menších úkolů, z nichž je tvořena. V praxi se proto doporučuje používat co nejvíce detailů. [8]

3.2.3. Projektová kontrola

Slovo kontrola vzbuzuje dojem slova hanlivého významu zahrnujícího moc, převahu nebo autoritu. Mnoho projektových manažerů má sklon vyhnout se nutnosti zavést a provádět kontroly projektů. Účelem projektových kontrol je zaměřit se nebo sledovat postup prací směrem k Vaším cílům, vyhodnotit, co je třeba pro dosažení těchto cílů udělat a přijmout opatření k nápravě, aby stanovené cíle byly skutečně dosaženy. Z tohoto důvodu je nutno kontroly provádět (zjišťováním a vyhodnocováním údajů), jinak hrozí riziko, že se projekt odchýlí od stanovené dráhy a vůbec o tom nebudete vědět. [8]

3.3 Uzavření projektu

Projekt se dá ukončit mnoha různými způsoby. Mohou se odejmout zdroje, přeřazením personálu nebo potřebného zařízení atd. Projekty s vyšší prioritou se realizují na úkor projektů s nižší prioritou, které se nechají napospas osudu, a dříve nebo později zaniknou. Uvedené způsoby ukončení projektu nemají nic společného s řádným a pečlivě plánovaným ukončením. Pouze pečlivým plánováním ukončení projektu lze zajistit úspěch projektu.

Fáze ukončení projektu:

1. *akceptace* – cílem řízení projektu je dosáhnout, aby zákazník výsledek projektu přijal. To znamená, že zákazník souhlasí s tím, že byly splněny podmínky specifikované v dimenzi tzv. „trojimperativu“,
4. *dodávka* – může a nemusí být považována za ukončení. Ukončení projektu často vyžaduje, aby produkt fungoval po jeho dodání na místo určené zákazníkem,
5. *dokumentace* – současně s hmotným výstupem je požadováno dodání dokumentace. Kromě závěrečné zprávy může dokumentace zahrnovat např. náhradní díly, návody k použití, instruktážní příručky atd. [8]

4. VLASTNÍ ORGANIZACE, PRŮBĚH A ŘÍZENÍ TURNAJE

4.1 Zrod myšlenky v organizaci raketlonového turnaje

Dnes je uvedený sport rozšířen téměř po celém světě. Světový žebříček eviduje kolem osmi tisíc hráčů z pěti kontinentů a raketlon má dobré předpoklady se dostat na olympiádu. V České Republice je zázemí velmi malé. Organizace turnaje již jednou proběhly v Prostějově, Karvině a začíná se rozjíždět Vsetín, který má největší počet profesionálních raketlonistů na Moravě. Pravidelné turnaje se odehrávají v Praze-Průhoních což není pro mnoho zastánců českého raketlonu dostupné. Již několik let pracuji v klubu SC Ostrava jako

tenisový trenér a zdejší prostředí dobře znám. Pro raketlon jsem se nadchl a téměř pravidelně navštěvuji turnaje v Průhonicích.

Tady se zrodila myšlenka uspořádat turnaj v mém zaměstnaneckém klubu tím pomoci k rozvoji raketlonu na území ČR a zpřístupnit cesty novým hráčům a talentům na severní Moravě. SC Ostrava má ideální předpoklady k zorganizování. Chybí pouze 2 hřiště stolního tenisu, což naštěstí není nepřekonatelný problém.

Turnaje se dají rozdělit do mnoha skupin. Prvním typem turnajů jsou typy zaměřené na zvýšení kvality hráčů. Pořadatelé se většinou soustředí na propagaci klubu (pokud je pořadatelem klub) a zvýšení herní kvality svých členů klubu. Slouží také k rozvoji raketlonu vůbec. Vyznačují se svou pravidelností a v České Republice se označují pod názvem Czech Tour.

Druhým typem turnaje je turnaj přizpůsoben nejen na rozvoj sportu ,ale také na tvorbu zisku. Hlavním finančním přínosem provázející sport nejen při organizaci turnajů jsou sponzoři. Sponzoři se stávají jedni z největších přínosů financí do sportovního sektoru. Tento typ turnaje probíhá v největších a mediálně nejznámějších klubech po Evropě i Světě. Skrývají se pod názvem např. Swedish Open, Swiss Open, Canada Open aj. Výjimkou je pouze WC Doubles and Teams a WC Singles.

Třetím a posledním typem jsou turnaje vedené zábavnou formou. Vedou k získávání nových přátel. Oslovení zakončení sezón nebo také ve velké míře sponzorské turnaje vedené k poděkování nebo získání nových zákazníků. Hráči jsou sice stále soupeři, ale není to prioritou. Hlavním cílem je vytvořit příjemnou a přátelskou atmosféru. Czech Open Ostrava svými propozicemi je zařazený do prvního typu turnajů. Tato akce je zaměřena hlavně na rozvoj raketlonu na Moravě a tím k získání nových členů.

Termín akce je ovlivněn několika základními atributy. Turnaje se odehrávají pravidelně v průběhu celého roku, jelikož tento sport není rozdělen do zimních a letních sezón (jako je to u tenisu). Pravidly je stanoveno, že musí být turnaj odehrán pod “jednou střechou” jinak se jedná o raketový čtyřboj. Tímto faktorem z finančního hlediska bylo nutné turnaj

uspořádat v měsících letní sezóny, kdy víceúčelová hala nebude tolik zaneprázdněná a tím se sníží nájemné o výraznou částku. Neméně důležitým faktorem bylo načasovat turnaj do termínu, který se nekryje s jinými turnaji jak v Česku, tak i v zahraničí.

4.2. Místo konání akce

Zvolit si ideální místo pro pořádání je základem vedoucím k úspěšnému zorganizování celé akce. Při výběru místa, bychom měli brát v úvahu, velikost města a dostupnost ostatních hráčů. V průběhu musí dojít k maximální spokojenosti “zákazníků“. Čím lépe vybavený klub a větší možnosti pro strávení volného času v průběhu turnaje tím se zvyšuje spokojenost každého hráče.

Zajištění vynikajících výsledků u hráčů bohužel není možné, ale přesto z materiálního hlediska k uspokojení zákazníka by mělo postačit konání v jednom z nejvybavenějších klubů na severní Moravě.

4.3. Možnosti využití volného času na SC Ostrava:

1. relaxační zóna - finská sauna
 - infra sauna
 - mořský vzduch
2. bowling,
3. fitness,
4. masáže,
5. servis,
6. restaurace.

4.4. Materiální zajištění

Nejdůležitější prvek materiálního zajištění je pronájem haly samotné. Víceúčelová hala má zázemí ve všech sportech raketlonu kromě stolního tenisu. Je možné si vypůjčit dva

stoly ze základní školy L.Štúra a den před konáním turnaje převézt na místo.

Oproti hale v Praze-Průhonicím není umožněno divákům nebo hráčům vstup do haly ve venkovní obuvi. Jelikož striktní kontrola obuvi není z časového a formálního hlediska přístupná, budou vybudovány ochozy. Zpřístupňují divákům sledovat a prožívat atmosféru na vlastní kůži.

4.5. Sponzoring

Sponzor poskytuje finance nebo jiné prostředky a za to dostává protislužbu. Sponzorský příspěvek je tedy “dar s protiplněním”. Často se vztahy mezi sponzorem a příjemcem příspěvku uzavírají na základě smlouvy o reklamě, kde nezisková organizace vykáže činnosti směřující k naplnění marketingových cílů sponzora. Náklady na sponzoring jsou součástí firemních rozpočtů a nijak nesouvisejí s odpočtem z daní, jako je tomu u darů. Sponzoring je existenční otázkou u každého pořádání turnaje. Bez sponzoringu by nebylo možno dosáhnout zisku a počítali by pravděpodobně jen ztráty. Je třeba sponzorům nabídnout výhodné podmínky a na oplátku dostat odpovídající finanční nebo materiální prostředky.

Ze strany sponzor se jedná zejména:

- finanční zajištění,
- doprava,
- vstupenky,
- ceny,
- nájemné,
- vypůjčení potřebných materiálů.

Pořadatel musí nabídnout sponzorovi lákavé podmínky. Čím větší publikace sponzora, tím může být požadovaná sponzorská částka vyšší.

Ze strany organizátora se jedná:

- média,
- umístění loga sponzora,
- v časopise, novinách,
- na propozicích turnaje,

- sponzorské oblečení hráčů.

4.6. Soutěžní podmínky série Czech Tour 2011

Česká asociace raketlonu plánuje v roce 2011 uspořádání 8-10 turnajů v singlových kategoriích (ženy, muži, senioři) a 8-10 turnajů v párových disciplínách (mixy, muži, senioři). Většina turnajů proběhne v Průhonickém areálu Club hotelu Praha, 2-3 turnaje jsou plánovány na Moravě (Prostějov, Karviná, Vsetín, Ostrava). Na těchto turnajích je povolen start zahraničních hráčů. Sedmé Mistrovství České republiky proběhne ve 4. čtvrtletí 2011, jeho přesný termín a místo bude oznámeno do konce 1. čtvrtletí 2011. Mistrovství České Republiky se mohou zúčastnit pouze hráči s českou státní příslušností.

4.6.1. Hráčská licence 2011

Soutěž Czech Tour je otevřena všem hráčům a hráčkám bez rozdílu věku a národnosti. Pro účast v soutěži Czech Tour je nutno uhradit jednorázový poplatek 500korun, který je platný jeden rok ode dne zaplacení.

Pro rok 2011 jsou tohoto poplatku zproštěny ženy bez rozdílu věku a junioři do 18let. Jelikož na Moravě není raketlon tak rozšířený, nebude u první série Ostravského Czech Tour poplatek uplatněn.

4.6.2. Pořadatelská licence

Ze všeho nejdříve musí být Česká Asociace raketlonu přesvědčena, že víceúčelová hala splňuje podmínky pro konání budoucího turnaje v raketlonu. A to umístění dvou kurtů z každé disciplíny pod jednou střechou. Poté se může jednat o specifitějších podmínkách.

Kdo jiný než právě asociace by měla kontrolovat, zda vše probíhá v pořádku.

K nově pořádaným turnajům je vyslán dvoučlenný tým ve složení předsedy Svatopluka Rajthara a jeho pomocníka.

Tým pod záštitou ČAR společně s organizátorem mají za úkol:

- dodržovat harmonogram turnaje,
- předání zkušeností,
- zaučení organizátora,
- určení vhodného hracího systému,
- příprava losování
- evidence hráčů,
- vyhodnocení výsledků.

V případě požadavku na organizaci dalších turnajů ČAR udělí potřebnou licenci. Podmínkou je již zmíněné zaškolení regionálního týmu a posouzení podmínek pro konání těchto akcí.

4.6.3. Startovné

Plné startovné pro turnaje Czech Tour 2011 je následující:

Singlové disciplíny (muži, ženy, senioři) Kč 550,-

Párové disciplíny (debly muži, debly ženy, mixy) Kč 350,- / osoba

V ceně startovného je zahrnuto:

- všechna sportoviště pro turnajová utkání i trénink ½ hod před zahájením turnaje
- míče
- organizace turnaje
- nealko nápoje
- jedno teplé jídlo (oběd nebo večeře)
- věcné ceny pro vítěze jednotlivých kategorií
- evidence hráče v celostátním žebříčku

4.7. Harmonogram akce

Celý turnaj byl pojat jako jednodenní. Čas startu turnaje je stanoven na sobotu 11.6.2011 v 9:00. Konec u takového typu turnaje nikdy není přesně znám. Při správném dodržování harmonogramu turnaje by měl být očekávaný konec plánován na 18:00

Datum zahájení	11.6.2011
Konec registrace mužů	8:30
Zahájení singlů mužů	9:00
Konec registrace žen a seniorů	10:30
Zahájení singlů žen a seniorů	11:00
Datum ukončení	11.6.2011
Čas ukončení	18:00
Počet kol	min.3
Kapacita v jedné disciplíně	max.32

Tabulka č.4.1. Harmonogram akce

4.8. Prezentace hráčů

Hráči měli na přihlášení do turnaje přesně stanovený interval, který je v dostatečném předstihu zveřejněn na stránkách českého raketlonu. Hráči se mohou přihlašovat od 1.6.2011 8:00 až 8.6.2011 do 20:00. Poté bude podle počtu účastníků vybrán vhodný hrací systém.

Datum možnosti podání přihlášek	1.6.2011
Čas podání přihlášek	8:00
Datum uzávěrky přihlášek	8.6.2011
Čas uzávěrky přihlášek	20:00

Tabulka č.4.2. Prezentace hráčů

4.9. Systém hry

Ukončení přihlášek končí vždy 2-3 dny před zahájením turnaje. Tím má organizátor čas si vybrat odpovídající systém a posléze se systémem řídit. Musí brát na vědomí, že u každého raketlonového turnaje jsou garantovány 3 odehrané utkání pro každého zúčastněného.

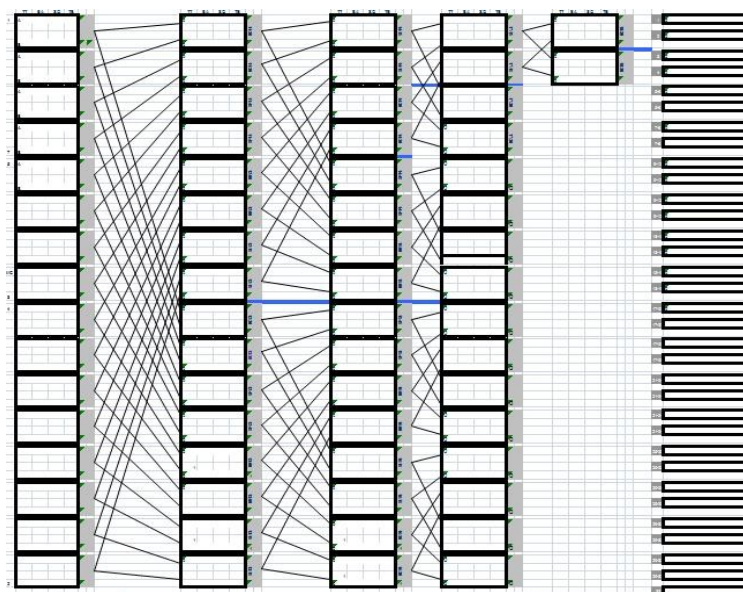
Je nutné přidělit odpovídající počet bodů každé výsledné pozici v turnaji. Cílem systému hry v raketlonu je dosáhnout konečného pořadí hráče v maximálním rozmezí tří míst. Díky přesnému konečnému pořadí se udělují body zapisující se do celostátního žebříčku.

Typy systémů v turnaji:

1. Skákavý pavouk

U “skákavého pavouka” se setkáváme nejčastěji ze všech typů. Minimální počet hráčů není přesně daný, ale při ideálním průběhu hry by měl počet zúčastněných dosáhnout dvaceti. Při nižším počtu se preferuje rozdělit hráče do skupin a poté podle pořadí nasadit do pavouka, který se už hraje vyřazovacím systémem.

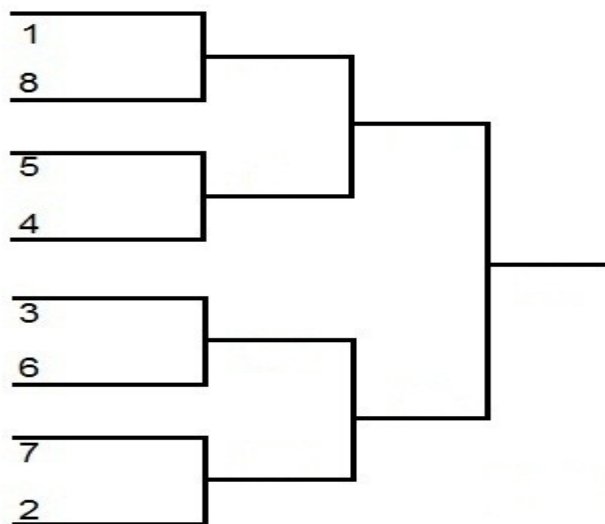
Při každém vítězství se hráč posouvá výš a při prohře naopak níž. Oproti klasickému pavouku tento systém garantuje 3 odehrané zápasy, i když hráč stále prohrává.



Obr.4.1 Skákavý pavouk

2. Klasický pavouk

Nejčastěji používaný systém v tenise. Pořadatel může použít tento herní systém pro celý turnaj nebo jej kombinovat s jiným. Typickým příkladem takovéto kombinace může být hra ve skupinách, kdy lepší polovina hráčů postoupí a pokračuje v turnaji systémem pavouka na 1 porážku.

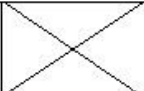





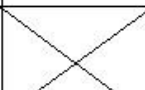

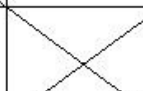

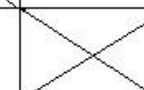

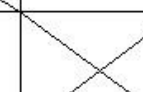


Obr.4.2. Klasický pavouk

3. Skupiny

Využívaný zejména v malém počtu hráčů. Hraje se v jedné nebo několika skupinách systémem každý s každým. Předem daný počet nejlepších hráčů z každé skupiny postupuje do

další skupiny nebo do pavouka, kde se už hraje vyřazovacím systémem na jednu porážku.

Obr.4.3. Skupiny

4.10. SWOT analýza:

Silné stránky:

- Tým organizátorů pod záštitou ČAR. Předností tohoto týmu jsou několikaleté zkušenosti a dobrá pověst v bezproblémovém průběhu všech pořádaných turnajů.
- Pokud turnaj proběhne bez větších problémů, pořadateli bude udělena privilegovaná licence v pořádání turnajů tohoto typu v daném klubu.
- Díky moderně zrekonstruovanému a vysoce vybavenému klubu SC Ostrava je možné trávit volný čas mezi zápasy více způsoby.
- Dobré spojení s dálnicí D1.

- Sporty, které jsou součástí raketlonu patří v současné době mezi „módní sporty manažerů“Tento fakt může vést k získání dalších sponzorů v následujícím ročníku Czech Open.
- Turnaj se může těšit oblibě zahraničních hráčů především z blízkého Slovenska a Polska.

Slabé stránky:

- Areál, ve kterém se turnaj pořádá, je v soukromém vlastnictví. Pokud turnaj nepořádá vlastník, tak je nutné si ho pořadateli pronajmout.
- I přes dobré spojení s dálnicí D1 je cesta z Prahy (největší zázemí raketlonu v ČR) zdoluhavá a odrazující.
- Zvýšené náklady za výpomoc organizačního týmu ČAR.
- Absence ubytovacích prostor v areálu SC Ostrava, díky které hráči musí absolvovat cestu několik kilometrů mezi areálem a hotelem.
- Nedostatečná parkovací místa v areálu.

Příležitosti:

- Získání nových zkušeností pro pořádání dalších ročníků zvýší kvalitu turnajů.
- Získání licence pro pořádání turnajů pod záštitou ČAR.
- Při vhodně zvolené propagaci a zvýšenému zájmu veřejnosti se budou konat čtyřhry i mixy.
- Možnost růstu kvality hráčů, čímž se turnaj stává atraktivnější nejen pro diváky, ale i sponzory.

Hrozby:

- Nedostatečná propagace způsobí nízký počet účastníků, což povede k možným finančním problémům a také k menšímu uspokojení sponzorů.
- Nezahrnutí turnaje pod záštitu ČAR z důvodu nesplnění nově stanovených podmínek.
- Pořádání jiného turnaje v okolí nebo jiná větší společenská událost, kterou by hráči preferovali.
- Nepodepsání nájemní smlouvy mezi majitelem a pořadatelem z důvodu vysokého nájmu nebo jiných okolností. Pořadatel by musel najít jiný areál pro konání turnaje, což by bylo velmi složité.

Silné stránky	Slabé stránky
tým organizátorů	soukromé vlastnictví
udělení licence	většina raketlonistů z Prahy
moderní hala	náklady za ČAR
spojení s dálnicí	absence ubytovacích prostor
sporty, součástí raketlonu	parkovací místa
poblíž Polsko a Slovensko	
Příležitosti	Hrozby
nové zkušenosti	nedostatečná propagace
další organizace turnaje	nesplnění podmínek
zájem veřejnosti	jiná společenská událost
růst kvality hráčů	výpověď nájemní smlouvy

Tab.4.3.Swot

4.11. Rozhovor

Rozhovor se zakládajícím členem české asociace raketlonu a trojnásobným vítězem mistrovství České republiky (2005, 2006 a 2007) Radimem Sochořem:

Radime, jak jsi se dostal k raketlonu?

"Pořádal jsem již dříve sport s názvem "raketová ruka", aniž bych věděl, že se nějaký raketlon ve světě hraje. Rok po mě začali příznivci raketových sportů z Brna pořádat raketový čtyřboj. Poté jsem se dozvěděl o světových profesionálních turnajích v raketlonu.

A jak jsi se o tom dozvěděl?

Rakušáci přišli do hotelu v Praze-Průhonice a chtěli tady pořádat raketlon - Czech Open. Ten se konal na podzim roku 2004 a hned příští rok na jaře 2005 jsme založili asociaci.

Jsi pravák nebo levák?

Jsem levák, ale bohužel přeucený na praváka. Škoda, mohl jsem být ještě lepší.

Tvoje nejsilnější disciplína?

Je to stolní tenis. Hrával jsem první ligu a dokonce jsem se probojoval do širšího kádru reprezentace v 16. letech. Nyní se tomuto sportu věnuji jen rekreačně.

Nejoblíbenější disciplína?

Badminton, který hraji již 5let.

Nejslabší disciplína?

Squash. Baví mě nejméně a připadá mi nejméně společenský.

Tvůj zatím největší úspěch v raketlonu?

1. místo ve světovém žebříčku v mixu

Tvé cíle v raketlonu?

Můj cíl je aby mě raketlon stále bavil, aby mě co nejpozději začal nudit. Baví mě, že přes zimu si můžu trénovat něco jiného, než v létě.

Co ti na raketlonu připadá zajímavé?

To že si mohu zahrát (zatím) proti absolutní světové špičce. V jednotlivých čtyřech sportech bych absolutně neměl šanci si zahrát se špičkovými specialisty. Tady si klidně mohu zahrát se Stefanem Edbergem, nebo s jiným špičkovým hráčem v tom kterém sportu, pokud se tedy zúčastní turnaje v raketlonu, jakože se občas někdo zúčastňuje. A dokonce mohu takového hráče i porazit!

Jak často ty sporty trénuješ?

stolní tenis: vůbec, squash: velmi málo (jednou za čas a vlastně ani nemám moc s kým), tenis - hodně přes léto, badminton - dost přes zimu.

4.12. Dotazník

Cílem mého výzkumu bylo zjistit, zda jsou hráči spokojeni s průběhem akce, či by chtěli něco pozměnit. Pokusil jsem se zjistit spokojenost hráčů v různých směrech tak, aby se ostravský turnaj stal zasloužilým místem pro konání Czech Open. Musím znovu podotknout, že Praha má nejvíce hráčů raketlonu v České Republice a proto byli získané informace pro budoucí konání v Ostravě velmi důležité. Dotazník je sestaven tak, aby jeho pochopení bylo jednoduché a pochopitelné. Dotazník se skládá z 14. otázek. Otázky uvedené v dotazníku jsou otevřené a polouzavřené. 12- otevřených a 2- polouzavřených.

Samotný výzkum byl uskutečněn za průběhu jednodenního turnaje v Praze - Průhonicích. Byly rozdaný téměř všem zúčastněným hráčům. Celkový počet vyplněných dotazníků byl 25 z celkově rozdaných 30.

Co Vás na raketlonu nejvíce přitahuje?

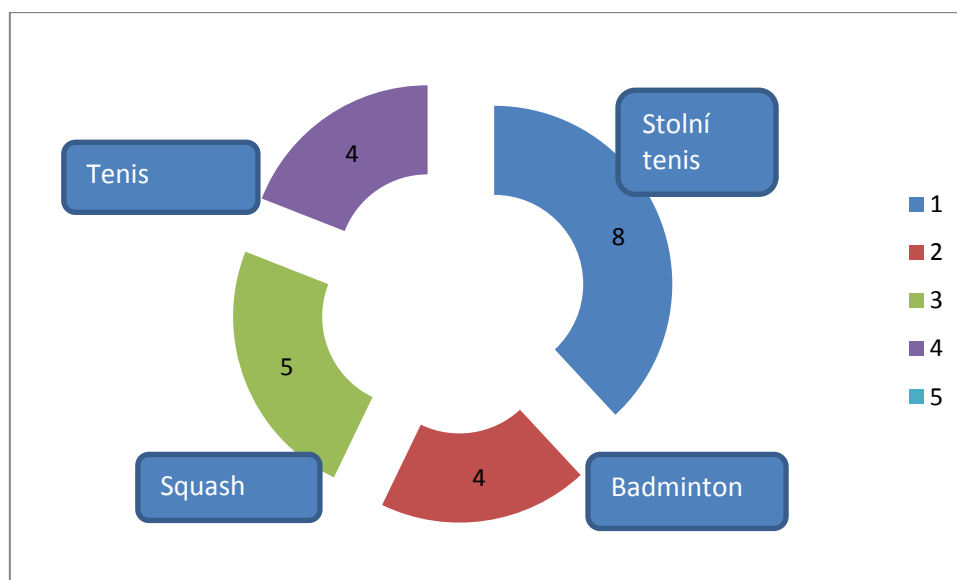
Většina hráčů raketlonu hrávala jeden ze sportů dobře závodně a to je také jeden z důvodů proč se na tento typ sportu vydali. Turnaje na území ČR se nesou v duchu zábavy. Věkový průměr raketlonistů u nás je okolo 25 let a jsou již zaměstnaní, proto to berou jako formu zábavy a odreagování. Avšak trocha bojovnosti se v nikom nezapře.



Graf č. 4.1.

Jaký je Vás nejoblíbenější sport?

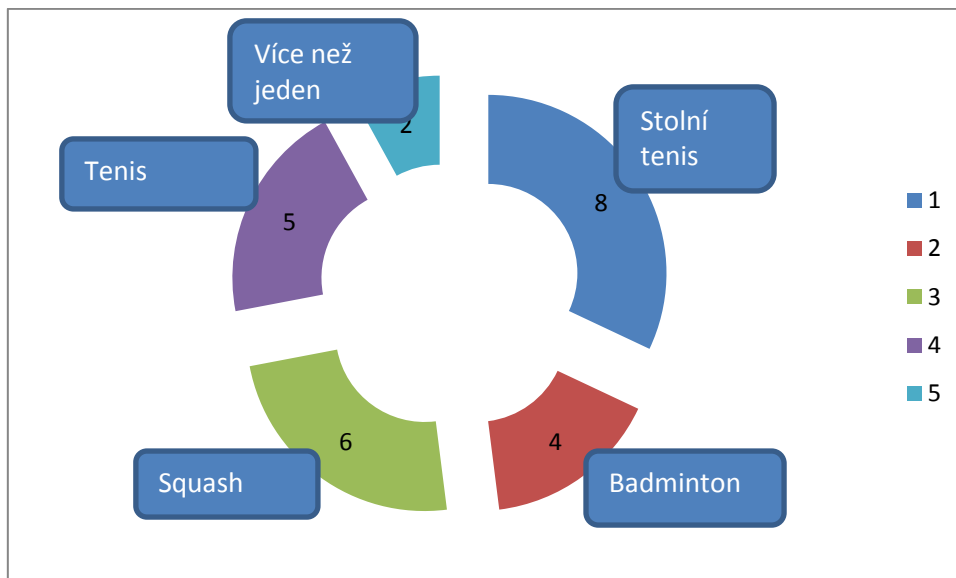
Opět se ukázalo, že nejoblíbenějším sportem je stolní tenis s počtem osmi respondentů.



Graf č. 4.2.

Dělal(a) jste nějaký sport z raketlonu závodně? Který?

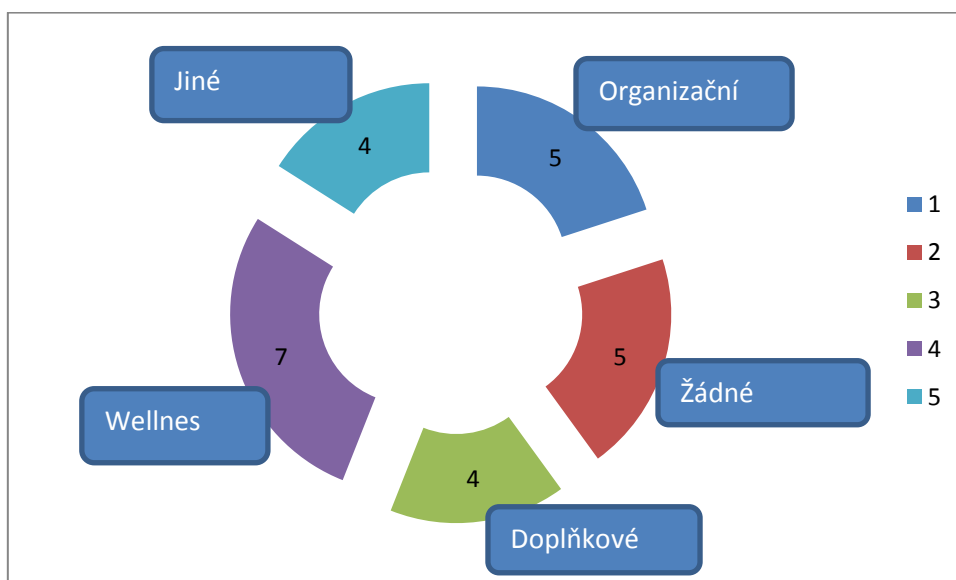
Dotazník ukazuje, že nejvíce hráčů stolního tenisu láká raketlon. Mají také výhodu, že si hned na začátku vytvářejí náskok.



Graf č.4.3.

Jaké služby byste doplnil na raketlonovém turnaji?

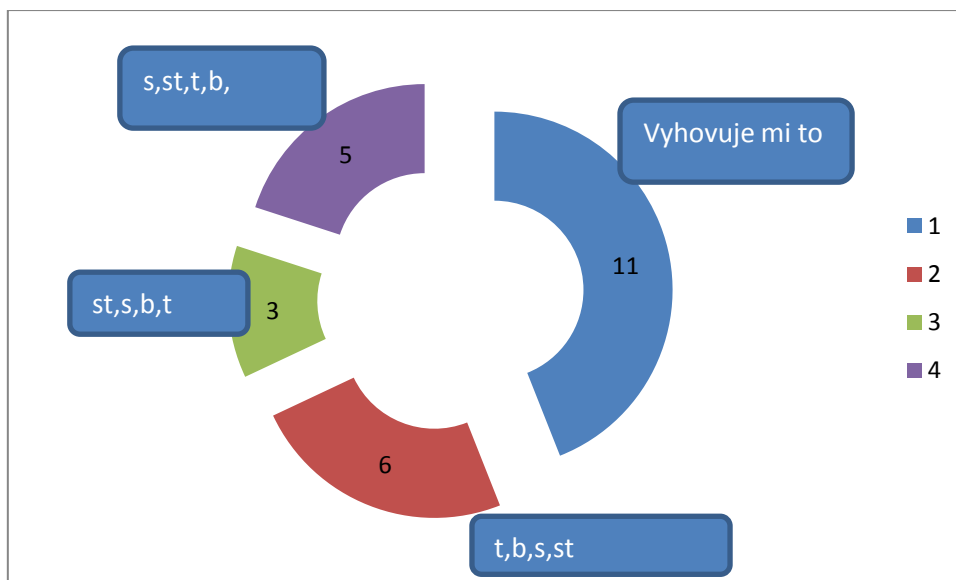
Zjišťujeme potřeby hráčů. Jestli jsou spokojeni nebo cítí nějaké nedostatky, které by chtěli do průběhu turnaje doplnit.



Graf č. 4.4.

Jaké byste preferoval(a) seřazení sportu, kdyby to bylo na Vás?

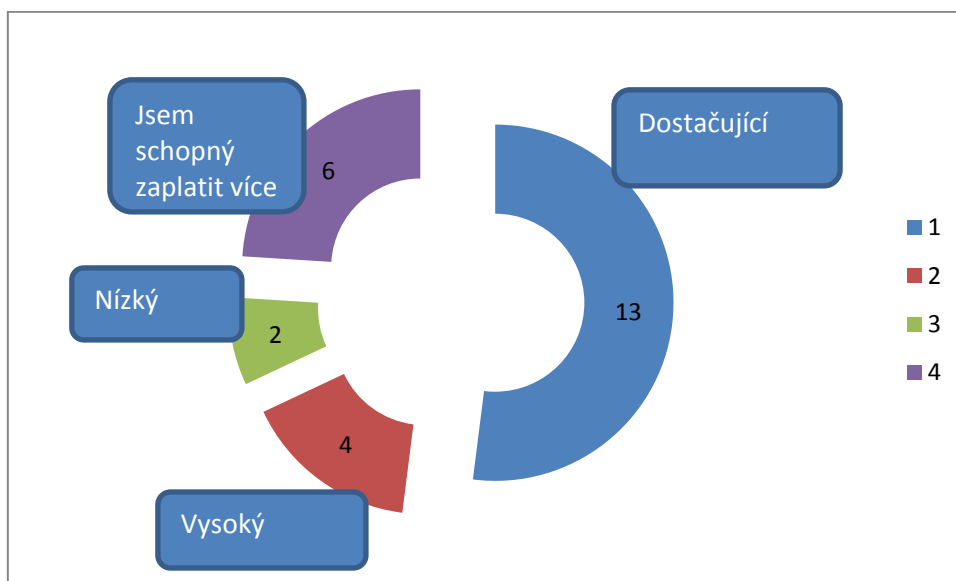
Každý hráč má jiný žebříček hodnot. Někdo má rád, když ze začátku prohrává a na závěr využije své nejsilnější disciplíny nebo tomu je naopak. Záleží na prioritách každého hráče.



Graf č. 4.5.

Jak vysoký se Vám zdá členský příspěvek 500 korun?

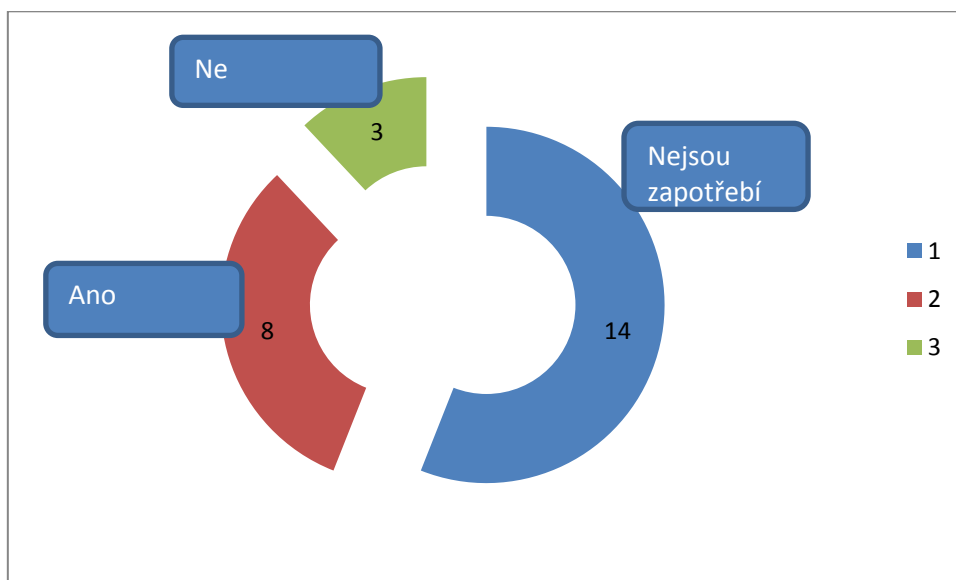
Hráči berou v úvahu, že tento členský příspěvek je věnován zejména publikaci raketlonu širší veřejnosti. Proto se také objevili lidé, kteří zatrhli políčko nízký.



Graf č. 4.6.

Myslíte, že by mohly být registrační průkazy?

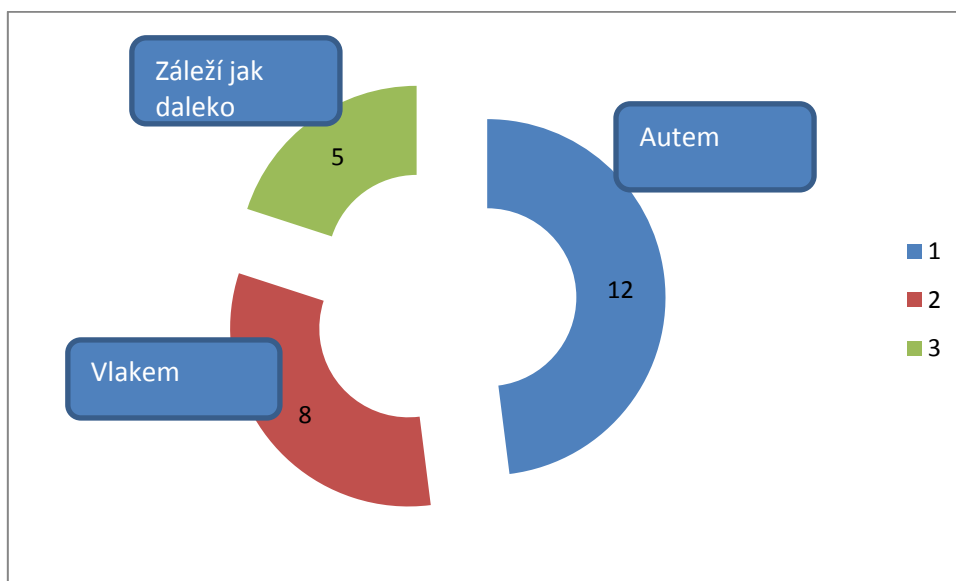
Registrační průkazy slouží zejména na rychlou identifikaci hráče a zjištění jestli je stále členem. Využívají se k mistrákovým zápasům (klub proti klubu), ale také při turnajích. Tato možnost je otázkou času, kdy se registrační průkazy zavedou.



Graf č. 4.7.

Preferujete raději cestování vlakem nebo autem?

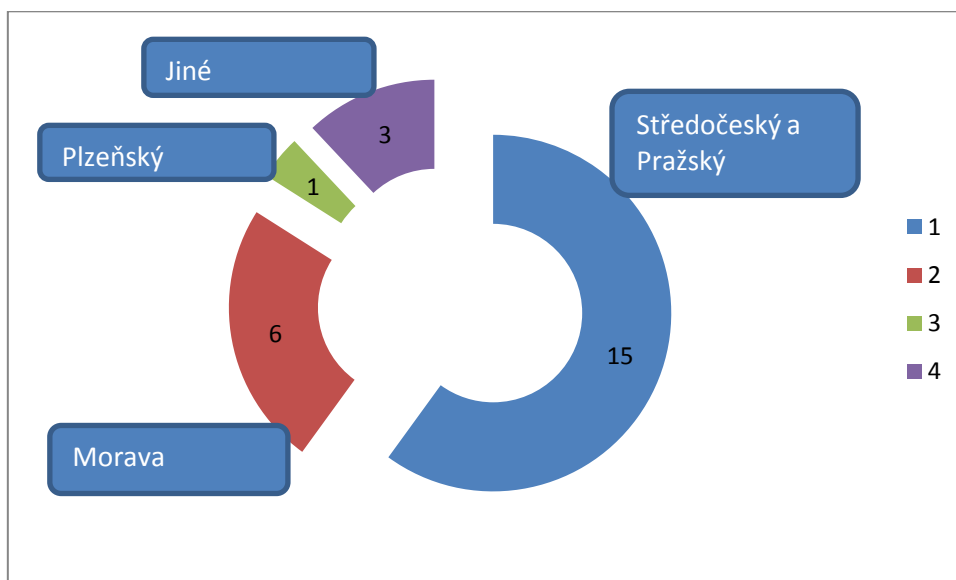
Cestování autem je čím dál finančně náročnější a proto se začíná preferovat hromadná doprava. Ta má výhodu zejména v pohodlí a odpočinku před zápasem.



Graf č. 4.8.

Z jakého jste kraje?

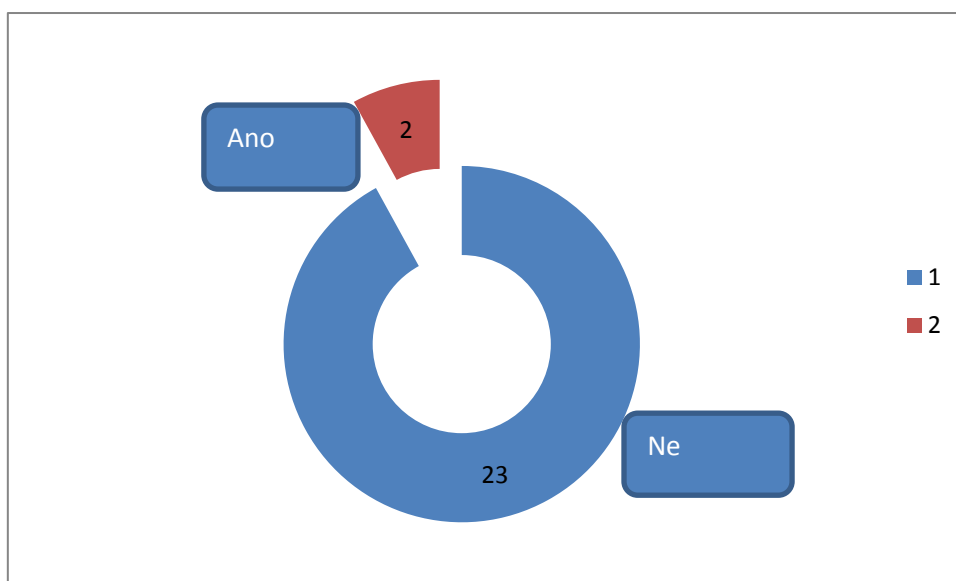
Veliká převaha Středočeského kraje a města Prahy jen dokazuje rozšířenost raketlonu u nás v České Republice.



Graf č. 4.9.

Jste ze zahraničí?

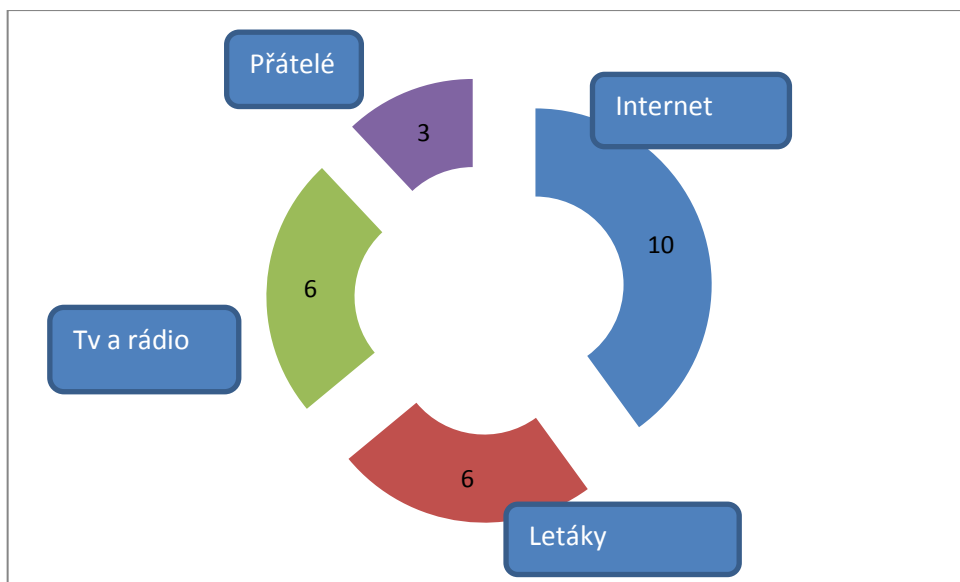
Díky umístění Prahy dále od hranic se dostavili jen 2 cizinci, kteří v Praze bydlí. V budoucnu by mohli větší účast cizinců zaznamenat turnaje konané v Karvině a Ostravě.



Graf č. 4.10.

Odkud se nejčastěji dozvídáte o sportovních událostech?

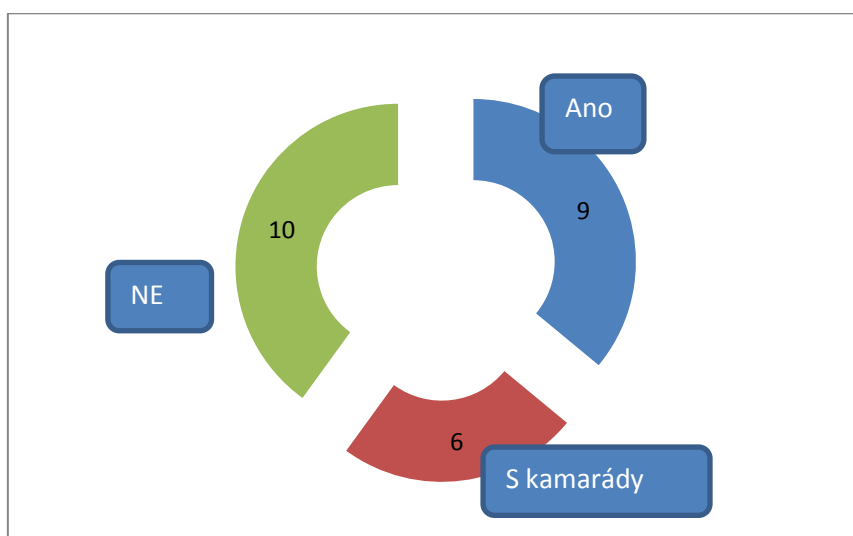
Graf ukazující reklamní sílu internetu. Oproti TV a rádiu levnější forma propagace sportovních událostí a velice účinná.



Graf č. 4.11.

Jste ochotní dojíždět 1-2x ročně na turnaj do Ostravy?

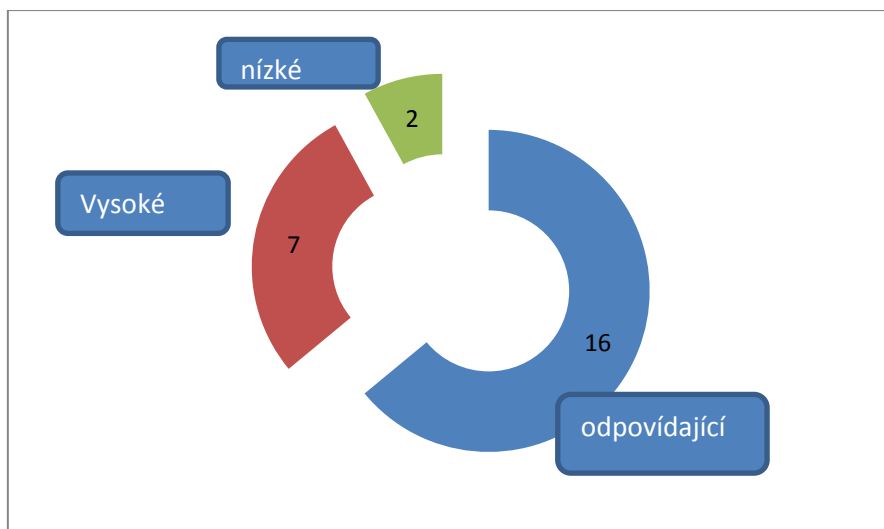
Největší počet respondentů odpověděl, že nejsou schopni dojíždět z okolí Prahy na severní Moravu. Avšak čísla z grafu jsou pozitivní. Nejdůležitějším faktorem bude domluvit se s kamarády a dorazit za levnější peníz.



Graf č. 4.12.

Startovné 550 korun je pro Vás?

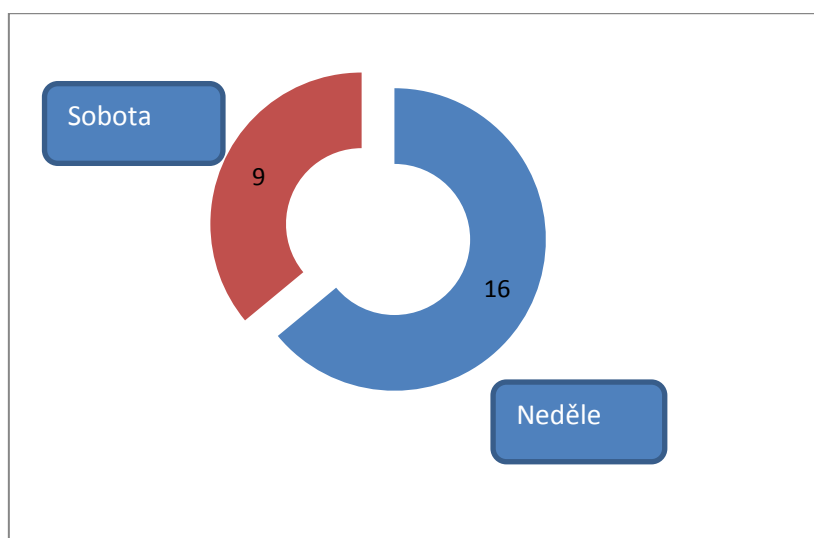
Nejvíce oslovených zaškrtnlo odpovídající. Cena zahrnuje oběd, organizaci i rezervací kurtů ze všech čtyř sportů. Cena 550 korun platí jen pro sérii Czech Open.



Graf č. 4.13.

Kdy byste navštívil(a) Ostravský Czech Open?

Série Czech Open se koná vždy o víkendech a při velké účasti jsou kvalifikační zápasy v pátek. První Ostravský Czech Open bude jednodenní turnaj, a proto je třeba zjistit, jaký termín vyhovuje hráčům. Výsledkem bylo podle očekávání neděle, jelikož jsou hráči zvyklí na nedělní utkání v singlech. Soboty patří čtyřhrám a čtyřhrám mixům, které se netěší takové hojnosti účastníků.



Graf č. 4.14.

5. SHRnutí VÝSLEDNÉHO ŠETŘENÍ

Náměty a připomínky jsou vždy po uskutečnění i před konáním akce důležité. Pomáhají nám k vylepšení a zdokonalení dalších ročník turnajů. Jelikož se daný turnaj v mé bakalářské práci zatím neuskutečnil, má inspirace pramení z absolvovaných turnajů po České Republice. Měl jsem možnost již mnohokrát se ujistit, že konané turnaje probíhaly bez velkých komplikací.

Postup plánování a organizování budoucího turnaje je popsán v několika fázích v této práci. Pro dobrý průběh a úspěšné zorganizování je nutné se držet zmíněných kroků. Stěžejním bodem pro bezproblémové konání akce jsou sponzoři. Pokud se najdou ochotní lidé, kteří chtějí akci podpořit, bude to jen dobře. Tím získá raketlonový turnaj lepší podobu než tomu bylo dosud. Můžou se konat doprovodné akce pro zpříjemnění atmosféry a vyplnění mezizápasového volného času. Při větším počtu sponzorů je možné uspořádat turnaj pro sponzory speciální kategorie. To vše ovšem vyžaduje větší propagaci a reklamu než se kterou se můžeme prozatím setkat. Naštěstí popularita tohoto sportu stále rychle roste, avšak bude to ještě nějakou chvíli trvat, než se raketlon dostane do podvědomí všech občanů.

Česká asociace propaguje raketlon na nízké úrovni. Ne, že by nechtěli, ale chybí finance od sponzorů, kteří raději dávají přednost větším akcím a známějším sportům. Dotazník dokazuje, že nejlepší formou propagace je internet. Je možné umístit propozice také na skřínky v šatnách ve víceúčelových halách, kde si přicházejí zahrát hráči raketové disciplíny.

6. Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo uvést, charakterizovat a vyhodnotit informace, které poslouží jako materiál k pořádání nejen raketlonového turnaje, ale i v oblasti jiných sportovních akcí.

V teoretické části jsem se snažil vymezit základní pojmy. Mezi pojmy které jsem popsal, patří management, marketing, řízení sportovních akcí s důrazem na sportovní marketing a sportovní management. Velmi obsáhlým bodem v teoretické části bylo seznámit čtenáře s raketlonem jako sportu vůbec se zaměřením hlavně na pravidla a historii. Závěr teoretické části jsem věnoval sponzoringu ve sportu a popisu SWOT analýzy. Následně jsem veškeré informace z první části aplikoval do části praktické.

Pro zhodnocení projektu jsem si vybral SWOT analýzu, krátký dotazník a doplňující rozhovor. V praktické části rozebírám místo a čas konání, výši startovného až po harmonogram celé akce. Veškeré získané informace z dotazníku a rozhovorů aplikuji do závěrečné a podle mě nejdůležitější analýzy SWOT, kterou jsem konzultoval s blízkými lidmi, abych dosáhl co nejvíce pohledů z různých stran. Kolik lidí tolik názorů.

Věřím, že tato bakalářská práce přinesla hodně nových informací týkající se tohoto rychle rozvíjejícího sportu. Jsem rád, že jsem si vybral dané téma, které mi umožnilo uvést, zveřejnit a popřípadě získat další příznivce raketlonu. Zejména praktickou část jsem zpracovával rád, protože díky ní jsem objevil další skryté hrozby, kterých bych se měl v budoucí organizaci vyvarovat a silné stránky na kterých bych měl více zapracovat a podpořit je.

Seznam použité literatury

- [1] DURDOVÁ, Irena. *Sportovní management*. 1. vyd. Ostrava VŠB-TUO, 2002. 121 s. ISBN 80-248-0130-2.
- [2] ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. 1. vyd. Praha: East West company a East Publishing Praha, 2000. 172 s. ISBN 80-7219-010-5.
- [3] KONEČNÝ, M. *Základy managementu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 1997. 90 s. ISBN 80-7078-435-5.
- [4] Veber, Jaromír: *Management : základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. Praha : Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-200-0.
- [5] ČÁSLAVOVÁ, E. *Management v tělesné výchově a sportu*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2007. 51. s. ISBN 978-80-246-0050-5.
- [6] KOTLER, Philips; KELLER, Kevin, Lane. *Marketing management*. Přel. Š. Černá, V. Faktor, T. Juppa. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5
- [7] DURDOVÁ, I. *Základní aspekty sportovního marketingu*. Ostrava, TU Ostrava, 2005. 80 s. ISBN 80-248-0827-7.
- [8] Milton D. Rosenau: *Řízení projektů*, 3. vyd. Computer Press, a.s., Brno, 344 s. ISBN 978-80-251-1506-0.
- [9] M. D. Rosenau, *Řízení projektů: příprava a plánování, zahájení, výběr lidí a jejich řízení, kontrola a změny, vyhodnocení a ukončení*. Praha: Computer Press, 2000 - XIV, 344 s. ISBN 80-7226-218-1

Elektronické publikace

- [10] *Czechracketlon.cz* [online]. 2010 [cit. 2011-05-08]. RACKETLON. Dostupné z WWW: <czechracketlon.cz/pravidla>.
- [11] *Miras.cz* [online]. 2010 [cit. 2011-05-08]. Miras.cz personal web - cestování, seminárky, akcie. Dostupné z WWW: <miras.cz>.

Webové zdroje

Zdroje: <http://www.business-intelligence-secrets.com/articles-directory/scope-of-management-functions/scope-of-management>

Zdroje: <http://halek.info/prezentace/planovani-organizovani-prednasky/poprp-print.php?l=02>

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB - TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

Přílohy:

Dobrý den,

studuji třetí ročník Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava, obor Sportovní management. Tímto dotazníkem provádím marketingový výzkum pro svou bakalářskou práci na téma: „Organizace raketlonového turnaje“

Dotazník je anonymní, poskytnuta data budou použita pouze pro tento výzkum, a tedy nebudou zneužita ani podána třetím stranám.

Odpovědi prosím zakroužkujte, zakřížkujte, případně doplňte.

Co Vás na raketlonu nejvíce přitahuje?

- a)adrenalinový zážitek*
- b)společenská událost*
- c)zábava a odreagování*

Jaký je Vás nejoblíbenější sport?

- a)stloní tenis*
- b)badminton*
- c)squash*
- d)tenis*

Dělal(a) jste nějaký sport z raketlonu závodně? Který?

- a)stolní tenis*
- b)badminton*
- c)squash*
- d)tenis*
- e)více než jeden*

Jaké služby byste doplnil na raketlonovém turnaji?

- a)organizační*
- b)wellnes*
- c)doplňkové*
- d)žádné*
- e)jiné.....*

Jaké byste preferoval(a) seřazení sportu, kdyby to bylo na Vás?

a)vyhovuje mi to

b)s,st,t,b

c)t,b,s,t

d)st,s,b,t

Jak vysoký se Vám zdá členský příspěvek 500 korun?

a)jsem schopný zaplatit více

b)vysoký

c)nízký

d)dostačující

Myslíte, že by mohly být registrační průkazy?

a)ano

b)ne

c)nejsou zapotřebí

Preferujete raději cestování vlakem nebo autem?

a)autem

b)vlakem

c)záleží jak daleko

Z jakého jste kraje?

a)Morava

b)Praha a středočeský

c)jiný.....

Jste ze zahraničí?

a)ano

b)ne

Odkud se nejčastěji dozvídáte o sportovních událostech?

a)letáky

b)internet

c)prátele

d)tv a rádio

Jste ochotní dojíždět 1-2x ročně na turnaj do Ostravy?

a)ano

b)ne

c)s kamarády

Startovné 550 korun je pro Vás?

a)vysoké

b)nízké

c)odpovídající

Kdy byste navštívil(a) Ostravský Czech Open?

a)sobota

b)neděle